

Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli di Kedai Kopi S

JMSAB

21

Khalifachri Albi

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Sains dan Manajemen (STIE ISM)

Paper type
Research paper

Abstract

This study aims to analyze the influence of digital marketing and store atmosphere on buying interest in Kedai Kopi S. Sources of data were obtained from observations on Kedai Kopi S's customers in May 2019. The method used was descriptive method by distributing questionnaires through Google Form, then processed using IBM SPSS Statistics application. Based on 105 respondents who have come to Kedai Kopi S and have accessed the Kedai Kopi S Instagram. The results show that digital marketing and store atmosphere affect buying interest. The accepted hypothesis was decided based on the results of the t value analysis. It can be concluded that Kedai Kopi S need to improve promotion through social media so that consumers can consider more about coming to Kedai Kopi S.

Keywords: Price, product feature, purchase decision.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran digital dan atmosfir toko terhadap minat beli di Kedai Kopi S. Sumber data diperoleh dari pengamatan pada pelanggan Kedai Kopi S pada Mei 2019. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Formulir, kemudian diproses menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics. Berdasarkan 105 responden yang telah datang ke Kedai Kopi S dan telah mengakses Instagram Kedai Kopi S. Hasilnya menunjukkan bahwa pemasaran digital dan atmosfir toko memengaruhi minat beli. Hipotesis yang diterima diputuskan berdasarkan hasil analisis nilai t. Dapat disimpulkan bahwa Kedai Kopi S perlu meningkatkan promosi melalui media sosial sehingga konsumen dapat mempertimbangkan lebih lanjut tentang datang ke Kedai Kopi S.

Received: 6 Dec 2019
Revised: 14 Jan 2020
Accepted: 20 Jan 2020
Online: 22 Jan 2020



*Email korespondensi: khalifachrialbi@gmail.com

Pedoman Sitasi: Albi, K (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli di Kedai Kopi S. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 21 – 30

Jurnal Manajemen
Strategi dan Aplikasi
Bisnis, Vol 3, No.1, Januari
2020, pp. 21 - 30
eISSN 2655-237X

DOI: <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.116>